

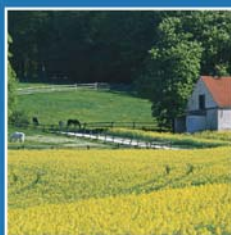
Kora Kristof
Christa Liedtke

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH

Erfolgreiche Kommunikation der Ressourceneffizienzidee: Bildungsstrategie

Auszug aus der Präsentation der
Ergebnisse zu AS13.2 am 20.4.2009

Paper zu Arbeitspaket 13 des Projekts
„Materialeffizienz und Ressourcenschonung“ (MaRes)



Kontakt zu den Autor(inn)en:

Dr. Kora Kristof / Dr. Christa Liedtke

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH
42103 Wuppertal, Döppersberg 19

Tel.: +49 (0) 202 2492 -183, Fax: -198

Mail: kora.kristof@wupperinst.org

**„Materialeffizienz und Ressourcenschonung“
(MaRes) – Projekt im Auftrag des BMU | UBA**

Projektlaufzeit: 07/2007 – 12/2010

Projektleitung:

Dr. Kora Kristof / Prof. Dr. Peter Hennicke

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH
42103 Wuppertal, Döppersberg 19

Tel.: +49 (0) 202 2492 -183 / -136, Fax: -198 / -145

Mail: kora.kristof@wupperinst.org

peter.hennicke@wupperinst.org

© Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH

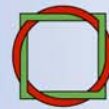
Weitere Informationen zum Projekt

„Materialeffizienz und Ressourcenschonung“ (MaRes)

finden Sie unter **www.ressourcen.wupperinst.org**

Gefördert wird das Vorhaben im Rahmen des UFOPLAN
durch das BMU und das UBA, Förderkennzeichen: 3707 93 300

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung
liegt bei den Autor(inn)en.



Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie
GmbH

**Wuppertal Institut
in Kooperation mit**

BASF
Borderstep
CSCP
Daimler
demea – VDI / VDE-IT
ECN
EFA NRW
FhG IAO
FhG UMSICHT
FU Berlin
GoYa!
GWS
Hochschule Pforzheim
IFEU
Institut für Verbraucherjournalismus
IÖW
IZT
MediaCompany
Ökopol
RWTH Aachen
SRH Hochschule Calw
Stiftung Warentest
ThyssenKrupp
Trifolium
TU Berlin
TU Darmstadt
TU Dresden
Universität Kassel
Universität Lüneburg
ZEW



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit

**Umwelt
Bundes
Amt** 
Für Mensch und Umwelt

Der Hintergrund:

Arbeitspaket 13 „Kommunikation der Ressourceneffizienz: Erfolgsfaktoren und Ansätze“ des MaRes-Projekts

Ziel des Arbeitspaket 13 „Kommunikation der Ressourceneffizienz: Erfolgsfaktoren und Ansätze“ des MaRes-Projekts (AP13) war es, auf Basis der Kernkompetenzen und praktischen Erfahrungshorizonte der beteiligten Institutionen – Wuppertal Institut (Bildung sowie Wissenschaftskommunikation, Politikkonzepte), Institut für Verbraucherjournalismus (Massenmedien), Markenagentur GoYa! (Nachhaltigkeits- und Umweltkommunikation: Konzepte und Markenmarketing) und MediaCompany (Themenbranding, PR-Konzeption) sowie der Kommentierung durch Lucia Reisch, SRH Calw (Nachhaltigkeitskommunikation) – die Optimierungspotenziale zur Kommunikation der Ressourceneffizienzidee und ihrer Erfolge auszuloten. In Arbeitsschritt AS13.1 erfolgte die „Analyse der Erfolgsfaktoren für die Kommunikation der Ressourceneffizienzidee“. In Arbeitsschritt AS13.2 „Konzeptionen für eine konkrete Erfolgsvermarktung“ wurden Konzepte für zielgruppenspezifische Kommunikationsstrategien für zwei Ebenen entwickelt:

- Beauftragungsreife Kampagnenkonzeption & PR-Konzeption und
- Politikansätze für den Bildungsbereich.

Im Bildungsbereich wurden in AS13.2 außerdem Pilotprojekte im Bereich Ressourceneffizientes Design / Innovationscampus über eine Lehrveranstaltung zum Thema Sustainable Households und eine Summer School zum Thema ressourceneffizienzorientiertes Industrial Design konkret umgesetzt. Eine über die Pilotebene hinausgehende Umsetzung des Kommunikationskonzeptes war explizit nicht Aufgabe von AP13.

Die Ergebnisse von AS13.1 „Analyse der Erfolgsfaktoren für die Kommunikation der Ressourceneffizienzidee“ finden sich im RessourceneffizienzPaper 13.1 (Liedtke / Kristof / Parlow / Reiner mann / Auster mann / Fasel / Baum / Albrecht, 2009). Die Konzeption für die zielgruppenspezifischen Kommunikationsstrategien aus AS13.2 wurde am 20.04.2009 und am 08.07.2009 dem Staatssekretär des Bundesumweltministeriums vorgestellt. Die Powerpointfolien sind in diesem RessourceneffizienzPaper 13.2 (zum Thema Bildung; Kristof / Liedtke, 2009) und im RessourceneffizienzPaper 13.3 (zur Kampagne & PR-Strategie; Albrecht / Baum, 2009) dokumentiert. Diese und alle weiteren Ergebnisse des AP13 sind unter <http://ressourcen.wupperinst.org> downloadbar.



Auszug aus der Präsentation

Erfolgreiche Kommunikation der Ressourceneffizienzidee

Dr. C. Liedtke & Dr. K. Kristof, Wuppertal Institut
R. Albrecht, Goya! Die Markenagentur
H. Baum, Media Company - Agentur für Kommunikation
Prof. Dr. C. Fasel, Institut für Verbraucherjournalismus SRH Hochschule

Ergebnispräsentation AP13, Berlin, 20.4.2009



Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie
GmbH

mit 30 Partnern:

BASF, Borderstep, CSCP, Daimler, dema - VDI / VDE-IT, ECN, EFA NRW, FhG IAO, FhG UMSICHT, FU Berlin, GoYa!, GWS, Hochschule Pforzheim, IFEU, Institut für Verbraucherjournalismus, IÖW, IZT, MediaCompany, Ökopol, RWTH Aachen, SRH Hochschule Calw, Stiftung Warentest, Thyssen Krupp, Trifolium, TU Berlin, TU Darmstadt, TU Dresden, Universität Kassel, Universität Lüneburg, ZEW



Erfolgreiche Kommunikationsstrategien

Erfolgsfaktoren und Zielgruppen

Vorschläge zur Kampagne

Vorschläge zur PR-Strategie

Vorschläge zur Bildungsstrategie

Nächste Schritte



Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie
GmbH

mit 30 Partnern:

BASF, Borderstep, CSCP, Daimler, dema - VDI / VDE-IT, ECN, EFA NRW, FhG IAO, FhG UMSICHT, FU Berlin, GoYa!, GWS, Hochschule Pforzheim, IFEU, Institut für Verbraucherjournalismus, IÖW, IZT, MediaCompany, Ökopol, RWTH Aachen, SRH Hochschule Calw, Stiftung Warentest, Thyssen Krupp, Trifolium, TU Berlin, TU Darmstadt, TU Dresden, Universität Kassel, Universität Lüneburg, ZEW

Kernergebnisse der Analysen aus AS13.1

Erfolgsfaktoren für Kommunikationsstrategie eruieren

- Erfolgsfaktoren von einzelnen Kommunikationsinstrumenten (Tertiär-, Printmedien, Veranstaltungen, Akteursbezogene und flankierende Instrumente)
- Identifikation für das Thema Ressourceneffizienz interessanter Zielgruppen
- Vergleichende Analyse vergleichbarer Öffentlichkeitskampagnen und Entwicklung von Erfolgsfaktoren
- Analyse von Erfolgsfaktoren bestehender Sozialer Bewegungen
- Schlussfolgerungen für Ressourceneffizienzkampagne

20.4.2009

AP13: Erfolgreiche Kommunikation

2

Materialeffizienz & Ressourcenschonung

Kernergebnisse der Analysen aus AS13.1

Zielgruppen

- Hebelwirkung: Gruppen mit politisch und gesellschaftlich großem Einfluss => Politik und unterstützende Multiplikatoren (Governance)
 - Politische Entscheidungsträger mit Schwerpunkt Wirtschaft, Forschung und Bildung
 - Kommunikationsorientierte Multiplikatoren: Medienvertreter / Redaktionen
 - Inhaltlich orientierte Multiplikatoren: Gewerkschaften, Wirtschaftsverbände, NGO
- Offenheit für Veränderungsprozesse bzw. Entwicklung von Einstellungen / Routinen: Biographische Entwicklungssprünge und neue Kommunikationsformen
 - Jugendliche / Junge Erwachsene (15-30jährige)
 - Internet-Communities (Chatrooms, Blogs, Web 2.0-Plattformen wie studiVZ, Facebook etc.)
- Einfluss auf Qualifizierungsprozesse: Bildungssystem / Lehrende
 - Ausbilder/-innen in der Wirtschaft für die Zielgruppe Auszubildende
 - Professor/-innen für die Zielgruppe Studierende

20.4.2009

AP13: Erfolgreiche Kommunikation

3

Materialeffizienz & Ressourcenschonung

Kernergebnisse der Analysen aus AS13.1

Zielgruppen & adäquate Kommunikationsinstrumente

Kommunikations- instrument- bündel	Kampagne	PR-Strategie	Bildung
Zielgruppen			
Entscheidungsträger			
Politiker/-innen		✓	
Medienvertreter/-innen	✓	✓	
Gesellschaftliche Multiplikator/-innen		✓	
Bildungssystem			
Betriebliche Ausbilder/-innen			✓
Professor/-innen			✓
Menschen und Systeme im Umbruch (15 – 30jährige)			
Jugendliche / Junge Erwachsene	✓		✓
Internet-Communities	✓		

20.4.2009

AP13: Erfolgreiche Kommunikation

4

Materialeffizienz & Ressourcen-schonung

Kernergebnisse der Analysen aus AS13.1

Inhalte

- Motivation zum Handeln: Probleme ineffizienter Ressourcennutzung
 - Knappheit / Ressourcenkonflikte / kritische Ressourcen
 - Preissteigerungen und -fluktuation
 - Umweltprobleme oder soziale Probleme, die durch Ressourcenverbräuche entstehen, und die die Senken überstrapazieren
 - Verteilungsgerechtigkeit (z.B. Nord-Süd oder zwischen den Generationen)
 - Importabhängigkeit mit der damit verbundenen wirtschaftlichen und politischen „Erpressbarkeit“
- Ausrichtung des Handelns: Politische Kernstrategien und ihre Umsetzung in Unternehmen und bei den Verbrauchern
 - Nachhaltige Zukunftsmärkte: Innovation Richtung geben
 - Starke Institutionen: Schlüssel für erfolgreiche Diffusion
 - Ressourceneffiziente Produkte
 - Staat als Nachfrager: Vorbild und Marktmacht
 - Veränderung in den Köpfen

20.4.2009

AP13: Erfolgreiche Kommunikation

5

Materialeffizienz & Ressourcen-schonung



Erfolgreiche Kommunikationsstrategien

Erfolgsfaktoren und Zielgruppen

Vorschläge zur Kampagne

Vorschläge zur PR-Strategie

Vorschläge zur Bildungsstrategie

Nächste Schritte



Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie
GmbH

mit 30 Partnern:

BASF, Borderstep, CSCP, Daimler, dema - VDI / VDE-IT, ECN, EFA NRW, FhG IAO, FhG UMSICHT, FU Berlin, GoYa!, GWS, Hochschule Pforzheim, IFEU, Institut für Verbraucherjournalismus, IÖW, IZT, MediaCompany, Ökopol, RWTH Aachen, SRH Hochschule Calw, Stiftung Warentest, Thyssen Krupp, Trifolium, TU Berlin, TU Darmstadt, TU Dresden, Universität Kassel, Universität Lüneburg, ZEW

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Kampagnen Ergebnisse

Der auf der Basis der Ergebnisse der Diskussion vom
20.4.2009 überarbeiteter Kampagnenvorschlag findet sich
im RessourceneffizienzPaper 13-3



Erfolgreiche Kommunikationsstrategien

Erfolgsfaktoren und Zielgruppen

Vorschläge zur Kampagne

Vorschläge zur PR-Strategie

Vorschläge zur Bildungsstrategie

Nächste Schritte



Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie
GmbH

mit 30 Partnern:

BASF, Borderstep, CSCP, Daimler, dema - VDI / VDE-IT, ECN, EFA NRW, FhG IAO, FhG UMSICHT, FU Berlin, GoYa!, GWS, Hochschule Pforzheim, IFEU, Institut für Verbraucherjournalismus, IÖW, IZT, MediaCompany, Ökopol, RWTH Aachen, SRH Hochschule Calw, Stiftung Warentest, Thyssen Krupp, Trifolium, TU Berlin, TU Darmstadt, TU Dresden, Universität Kassel, Universität Lüneburg, ZEW

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: PR-Strategie Ergebnisse

Die auf der Basis der Ergebnisse der Diskussion vom
20.4.2009 überarbeitete PR-Strategie findet sich im
RessourceneffizienzPaper 13-3



Erfolgreiche Kommunikationsstrategien

Erfolgsfaktoren und Zielgruppen

Vorschläge zur Kampagne

Vorschläge zur PR-Strategie

Vorschläge zur Bildungsstrategie

Nächste Schritte



Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie
GmbH

mit 30 Partnern:

BASF, Borderstep, CSCP, Daimler, dema - VDI / VDE-IT, ECN, EFA NRW, FhG IAO, FhG UMSICHT, FU Berlin, GoYa!, GWS, Hochschule Pforzheim, IFEU, Institut für Verbraucherjournalismus, IÖW, IZT, MediaCompany, Ökopol, RWTH Aachen, SRH Hochschule Calw, Stiftung Warentest, Thyssen Krupp, Trifolium, TU Berlin, TU Darmstadt, TU Dresden, Universität Kassel, Universität Lüneburg, ZEW

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung Ziele und Ansatzpunkte

- **Basiswissen schaffen - Ressourcenkompetenz vermitteln**
 - Internetplattform Lehr- / Lernmaterialien für Ressourceneffizienz - schnellen und einfachen Zugang schaffen
 - Studienseminare - Lehrkräfte ausbilden
- **Aktionen gestalten - Mit Ressourceneffizienz experimentieren**
 - Innovationscampus - ressourceneffiziente Produkte / Dienstleistungen entwickeln
 - Jugend forscht / Jugend gründet - Innovationsfähigkeit entwickeln
- **Exzellenz bündeln - Ressourceneffizienz in Universitäten stärken**
 - Virtuelle Ressourcenuniversität - Universitätslehrstühle vernetzen
 - Integrierte / duale Studiengänge - Lehre koordinieren

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung Inhalte und deren Verbreitung

Inhalte

- **Ressourcenkompetenz**
= Basiswissen +
Gestaltungskompetenz
- inkl. Systemkompetenz
- Lernerfolg schaffen -
„vom Wissen zum
Handeln“

Verbreitung

- Schrittweiser Ausbau -
von der Pilotphase zur
breiten Diffusion
- PR-Strategie und
Kampagnenstrategie
nutzen



Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung Zielgruppen

Prozessgestaltende sind:

- Lehrpersonal
 - Schule, Berufsschulen
 - Hochschulen
- Auszubildende in Unternehmen
- Intermediäre Institutionen

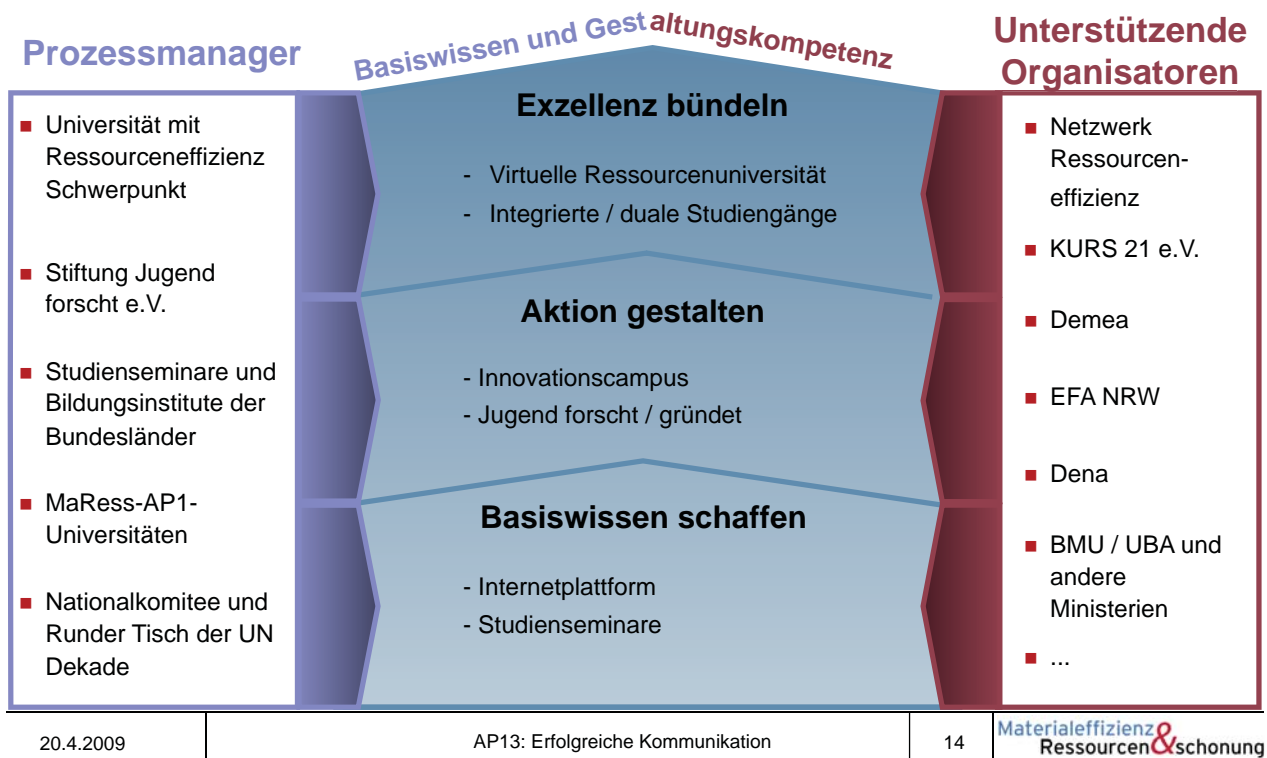
Adressaten sind: 15 bis 30 Jährige

- Junge Beschäftigte
- Berufseinsteiger/-innen
- Studierende
- Azubis
- Schüler/-innen

**Die 15 bis 30 Jährigen
von heute sind
Die Entscheidungsträger
von morgen**

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Ressourcenkompetenz für Faktor X



Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Basiswissen schaffen - Ressourcenkompetenz vermitteln

Internetplattform Lehr- und Lernmaterialien für Ressourceneffizienz

www.ressourceneffizienz-wissen.de

- **Ziel:** Lehr- / Lernmaterialien zum Thema Ressourceneffizienz in strukturierter Form bundesweit zur Verfügung zu stellen
- **Zielgruppe:** Lehrkräfte (Bildungsinstitutionen, Unternehmen), Bildungsinteressierte
- **Ansatzpunkte:** vorhandene Struktur des www.bne-portal.de im Rahmen der UN-Dekade Bildung für Nachhaltigkeit nutzen

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Basiswissen schaffen - Ressourcenkompetenz vermitteln

Internetplattform Lehr- und Lernmaterialien für Ressourceneffizienz
www.ressourceneffizienz-wissen.de

- **Maßnahmen:**
 - Kontaktaufnahme und Abstimmung mit dem Nationalkomitee UN-Dekade
 - Konzeptentwicklung der Internetplattform
 - Umsetzung
- **Instrumente:** Etablierung Journal „Bildung für nachhaltige Entwicklung“, Good practices, Lehr- und Lernmaterialsuche, Einbindung von verbraucherbildung.de und Lehrer online
- **Mögliche Prozessverantwortliche:** Nationalkomitee und Runder Tisch der UN-Dekade
- **Mögliche Kooperationspartner:** Wuppertal Institut, BIBB, DBU, Dt. UNESCO-Kommission

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Basiswissen schaffen - Ressourcenkompetenz vermitteln

Studienseminare

- **Ziel:**
 - Über die Studienseminare können bundesweit angehende Lehrer/-innen zu Ressourceneffizienz ausgebildet werden
 - Unterrichtsreihen können entstehen und zur Verfügung gestellt werden
 - Betreuende Fachlehrer/-innen erhalten Informationen und können Unterrichtsreihen nutzen
- **Zielgruppe:** angehende Lehrer/-innen, Fachlehrer/-innen
- **Anknüpfungspunkte:** Kultusministerien, Lernmodule oder Initiative „Mut zur Nachhaltigkeit“, Bildungsportal der UN-Dekade Bildung für Nachhaltigkeit

Eine Zahl: Es gibt mehr als 130 Studienseminare in Deutschland

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Basiswissen schaffen - Ressourcenkompetenz vermitteln

Studienseminare

- **Maßnahmen:**
 - Pilot ausbilden (etwa 20 bis 25 Studienseminare) - Kultusministerien und Studienseminare ansprechen
 - Lehrgänge und Schulungen für Studienseminare konzipieren und durchführen - Fachleiter /-innen qualifizieren
 - Unterrichtseinheiten zum Thema Ressourceneffizienz entwickeln über Referendare
 - Unterrichtseinheiten auf der Lehr- und Lernplattform zur Verfügung stellen
- **Instrumente:** Lehr- / Lernplattform, Unterrichtseinheiten, Wettbewerbe / Preise für Referendare und Studienseminare
- **Mögliche Prozessverantwortliche:** Studienseminare und Bildungsinstitute der Bundesländer
- **Mögliche Kooperationspartner:** UN-Dekade Bildung für Nachhaltigkeit, Kultusministerien, BMBF, KURS 21 e.V.

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Aktionen gestalten - Mit Ressourcenkompetenz experimentieren

Innovationscampus

- **Ziel:**
 - Studierende und Beschäftigte in Design und Produktentwicklung entwickeln interdisziplinär auf einem Innovationscampus innovative und ressourceneffiziente Produktdienstleistungslösungen / -systeme in 2 bis 6 wöchigen Werkstätten
 - Hochschullehrer/-innen qualifizieren diese und werden selbst qualifiziert
- **Anknüpfungspunkte:** Netzwerk Ressourceneffizienz, Designnetzwerke (z.B. HomeDesign, BEDA - The Bureau of European Design Associations), DDV - Deutscher Designer Verband e.V., Lund University, Universität Magdeburg, sustainable design forum im IDZ Internationales Design Zentrum Berlin, UCA The Centre for Sustainable Design

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Aktionen gestalten - Mit Ressourcenkompetenz experimentieren

Innovationscampus

■ **Maßnahmen:**

- Ansprache der Netzwerke und Lehrstühle mit Bezug zu Ressourcen- / Ökoeffizienz
- Konzeptentwicklung
- Nutzung vorhandener bzw. Akquise von Sponsoren und Kooperationspartnern
- Pilote

■ **Instrumente:** Wettbewerbe und Preise wie z.B. Stipendien, Forschungsgelder / -projekte, Innovationsagenten (Wirtschaftsjunioren, Business Angels, Wirtschaftsförderungen, Förderungen etc.)

■ **Mögliche Prozessverantwortliche:** Virtuelle Ressourcenuniversität - Fachbereiche Design

■ **Mögliche Kooperationspartner:** Unternehmen, Business Angels, Wirtschaftsjunioren, Stiftungen, BMBF, dema, dena, EFA NRW, Wirtschaftsförderungen, Erfindernetzwerke

20.4.2009

AP13: Erfolgreiche Kommunikation

20

Materialeffizienz
Ressourcen&schonung

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Aktionen gestalten - Mit Ressourcenkompetenz experimentieren

Jugend forscht und gründet

■ **Ziel:**

- 14 bis 21jährige Schüler/-innen entwickeln Ressourceneffizienzinnovationen im Rahmen der Wettbewerbe Jugend forscht bzw. Jugend gründet
- Hochschul- und Schullehrer/-innen qualifizieren diese und werden selbst qualifiziert

■ **Zielgruppen:** 14 bis 21 jährige Schüler

■ **Anknüpfungspunkte:** themenspezifische Ausschreibungen der Wettbewerbe, Ablauf der bestehenden Wettbewerbe, Unterstützerkreise, Preisverleihungen, europäische Ausschreibungen

Eine Zahl: Für 2009 haben sich über 10.000 Schüler/-innen bei Jugend forscht beworben

20.4.2009

AP13: Erfolgreiche Kommunikation

21

Materialeffizienz
Ressourcen&schonung

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Aktionen gestalten - Mit Ressourcenkompetenz experimentieren

Jugend forscht und gründet

- **Maßnahmen:** Ansprache der Geschäftsstellen, Konzeptentwicklung, Nutzung vorhandener bzw. Akquise von Sponsoren und Kooperationspartnern, Pilote
- **Instrumente:** Themenspezifische Ausschreibungen der Wettbewerbe, Einbindung von Innovationsagenten (Wirtschaftsjunioren, Business Angels, Wirtschaftsförderungen etc.)
- **Mögliche Prozessverantwortliche:** Stiftung Jugend forscht e.V. (Jugend forscht), Steinbeis-Transferzentrum für Unternehmensentwicklung an der Hochschule Pforzheim, BMBF (Jugend gründet)
- **Mögliche Kooperationspartner:** Unternehmen, Business Angels, Wirtschaftsjunioren, Stiftungen, demea, dena, EFA NRW, Wirtschaftsförderungen, Erfindernetzwerke

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Exzellenz bündeln - Ressourceneffizienz in Universitäten stärken

Virtuelle Ressourcenuniversität - Universitätslehrstühle vernetzen

- **Ziel:** Mit bereits an dem Themenbereich Ressourceneffizienz (inkl. Energieeffizienz) forschenden Lehrstühlen wird ein universitäres Netzwerk Ressourceneffizienz aufgebaut, das interdisziplinär zu Lösungsstrategien für Ressourceneffizienz forscht und gemeinsam Forschungsprojekte entwickelt und Fördergelder beantragt
- **Zielgruppen:** Ressourceneffizienz-affine Lehrstühle und Unternehmen
- **Anknüpfungspunkte:** Netzwerk Ressourceneffizienz, MaRess - AP 1, Fachnetzwerke der Universitäten in Deutschland

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Exzellenz bündeln - Ressourceneffizienz in Universitäten stärken

Virtuelle Ressourcenuniversität - Universitätslehrstühle vernetzen

- **Maßnahmen:**
 - Netzwerkentwicklung inkl. -konzept
 - Projektentwicklung / Forschungsgeldakquise
 - Interaktive Forschungsplattform / virtuelle Laborhäuser entwickeln
 - Jährliche Innovationscampi durchführen
- **Instrumente:** Netzwerkstrukturen / Plattformen, Profilbildung, Forschungsförderung / Projekte, Wettbewerbe / Ausstellungen, Think Tanks / Projekthäuser
- **Mögliche Prozessverantwortliche:** MaRess-AP1 - Universitäten und andere an AP1 beteiligte außeruniversitäre Forschungsinstitute
- **Mögliche Kooperationspartner:** Netzwerk Ressourceneffizienz, Unternehmen, bestehende Netzwerke wie z.B. LivingLab

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Exzellenz bündeln - Ressourceneffizienz in Universitäten stärken

Integrierte / duale Studiengänge

- **Ziel:** Mit bereits an dem Themenbereich Ressourceneffizienz (inkl. Energie(effizienz)) forschenden Lehrstühlen werden die bestehenden Lehrangebote in ein übergeifendes Studienkonzept angebunden und integrierte / duale Studiengänge aufgebaut, um auch die betriebliche Qualifizierung besser mit der universitären Ausbildung verknüpfen zu können
- **Zielgruppen:** Ressourceneffizienz-affine Lehrstühle und Unternehmen
- **Anknüpfungspunkte:** Netzwerk Ressourceneffizienz, MaRess AP 1, Fachnetzwerke in Deutschland, Konzepte bestehender Aufbaustudiengänge

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Exzellenz bündeln - Ressourceneffizienz in Universitäten stärken

Integrierte / duale Studiengänge

- **Maßnahmen:**
 - Schrittweise Konzeptentwicklung – Aufbaustudiengänge, Master / Bachelor-Studiengänge, duales Studienmodell
 - Pilote
 - Breitere Implementierung
- **Instrumente:** individuelle Qualifizierungs- / Ausbildungskonzepte, Bachelor / Masterstudiengänge, e-learning-Einheiten / Präsenzzeiten - Konzeptentwicklung, Forschungsförderung / Projekte
- **Mögliche Prozessverantwortliche:** MaRess-AP1-Universitäten und weitere an AP1 beteiligte außeruniversitäre Forschungsinstitute
- **Mögliche Kooperationspartner:** Netzwerk Ressourceneffizienz, Universitäten, Wissenschaftsministerien der betroffenen Bundesländer

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Zeitplan

Vorschlag	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr
www.ressourceneffizienz-wissen.de				
Referendarausbildung	Pilot			
Jugend forscht / gründet				
Innovationscampus				
Virtuelle Ressourcenuniversität				
Integrierte / duale Studiengänge				

Vorschläge zur Kommunikationsstrategie: Bildung

Schätzung des finanziellen Aufwand

Vorschlag	Kosten ca. in 1000 Euro
www.ressourceneffizienz-wissen.de	80 - 120
Referendarausbildung	150 - 180
Jugend forscht / gründet	20 - 30
Innovationscampus	60 - 80 Pilotphase
Virtuelle Ressourcenuniversität	60 - 90
Integrierte / duale Studiengänge	50 - 120

20.4.2009

AP13: Erfolgreiche Kommunikation

28

Materialeffizienz & Ressourcen-schonung

Materialeffizienz & Ressourcen-schonung

Das Projekt wird gefördert von:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit

Umwelt
Bundes
Amt
Für Mensch und Umwelt

Erfolgreiche Kommunikationsstrategien

Erfolgsfaktoren und Zielgruppen

Vorschläge zur Kampagne

Vorschläge zur PR-Strategie

Vorschläge zur Bildungsstrategie

Nächste Schritte



Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie
GmbH

mit 30 Partnern:

BASF, Borderstep, CSCP, Daimler, dema - VDI / VDE-IT, ECN, EFA NRW, FhG IAO, FhG UMSICHT, FU Berlin, GoYa!, GWS, Hochschule Pforzheim, IFEU, Institut für Verbraucherjournalismus, IÖW, IZT, MediaCompany, Ökopol, RWTH Aachen, SRH Hochschule Calw, Stiftung Warentest, Thyssen Krupp, Trifolium, TU Berlin, TU Darmstadt, TU Dresden, Universität Kassel, Universität Lüneburg, ZEW

Die Herausforderung

Ressourceneffizienzidee erfolgreich verbreiten

- Entscheidungsträger informieren und zum Handeln motivieren
- Gesellschaftliche Gruppen an biographisch entscheidenden Umbrüchen erreichen
- Ressourceneffizienz als Bildungsthema etablieren

Kommunikationsstrategie im Überblick

Nächste Schritte

- Auswahl der ersten Schwerpunkte für die Kommunikationsstrategie
- Initiierung der Umsetzung
 - Kampagne: Beauftragung
 - PR-Strategie: Beauftragung
 - Bildung: z.T. aus AP13 und z.T. Beauftragung
- Entwicklung der Kampagne, der PR-Strategie und der Aktivitäten im Bereich Bildung



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !!!

Mehr Informationen unter:
<http://ressourcen.wupperinst.org>



Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie
GmbH

mit 30 Partnern:

BASF, Borderstep, CSCP, Daimler, demea - VDI / VDE-IT, ECN, EFA NRW, FhG IAO, FhG UMSICHT, FU Berlin, GoYa!, GWS, Hochschule Pforzheim, IFEU, Institut für Verbraucherjournalismus, IÖW, IZT, MediaCompany, Ökopol, RWTH Aachen, SRH Hochschule Calw, Stiftung Warentest, Thyssen Krupp, Trifolium, TU Berlin, TU Darmstadt, TU Dresden, Universität Kassel, Universität Lüneburg, ZEW